

# L'IMPRENDI (PROMO) TORE

## WOW! - Quando è il servizio a fare la differenza

**Il mondo della Consulenza Finanziaria è un mondo estremamente evoluto in termini di capacità di relazionarsi con la clientela. Ciò non toglie che possa e debba migliorarsi visto che la MIFID II porrà un tema centrale nella relazione Consulente/Cliente: la percezione del valore trasmesso. Per poter trovare ispirazione ed esempi di come rendere concreta una esperienza di valore per il cliente e come fare in modo di far percepire il valore del servizio come un qualcosa di unico e di altissimo standing, ci può venire in aiuto l'osservare cosa accade in altri settori.**

**Due fra tutti: l'automotive e l'hotellerie.**

**In particolar modo nel settore dell'hotellerie, dove l'attenzione al servizio ed alla qualità percepita dai clienti è prioritaria in termini di sforzi e ricerca.**



Lago di Garda. Dalle parti di Gardone Riviera. Una bellissima giornata autunnale, dove i colori sono esaltati da un bel sole che, scaldando l'aria, permette ai viaggiatori di poter godere ancora di qualche confortevole ora all'aria aperta.

Francesca e Mario arrivano finalmente nel primo pomeriggio all'hotel che ormai da molto tempo avevano prenotato. Era da settimane che non staccavano un attimo. Il lavoro, i figli di Francesca, i viaggi in giro per l'Italia di Mario.

Scaricano i bagagli dall'auto e si dirigono verso la reception. Vengono accolti dal Concierge con un bellissimo sorriso ed un: "Benvenuti all'hotel du Lac. Avete fatto buon viaggio?" "Certamente, grazie!" risponde Francesca mentre Mario contempla interessato la locandina di una mostra al Vittoriale degli Italiani, la celeberrima residenza di Gabriele d'Annunzio.

"Per poter procedere con il check-in" - dice il Concierge - "avrei bisogno dei vostri documenti".

Mario estrae la propria patente dal porta-documenti. Francesca apre la borsa e dal portafoglio estrae la propria carta di identità. Prima di porgerla per la registrazione si assicura di togliere - non senza qualche difficoltà - le foto dei suoi due piccoli, Carlotta e Marcello, poste all'interno della custodia plastificata del documento.

"Faccia pure con comodo, signora" esclama il Concierge non dimenticando di dare un'occhiata alle foto dei due pargoli. "Complimenti! Quanti anni hanno?" chiede.

"Carlotta ha cinque anni, mentre Marcello ne ha tre" esclama Francesca, riuscendo finalmente ad estrarre le foto ed a consegnare il documento.

Il Concierge inserisce i dati nel gestionale dell'hotel e di lì a poco Francesca e Mario possono uscire per poter fare una passeggiata e godersi il lago.

Dopo circa un'ora decidono di rientrare in hotel: le valigie, nel frattempo, erano già state portate in camera dal personale dell'albergo.

Francesca avvicina la chiave al sensore magnetico: un clic e la porta della camera si apre.

La camera è molto bella, luminosa ed arredata romanticamente, in perfetta sintonia con lo stile dell'hotel.

Entrambi, però, sono immediatamente colpiti da un particolare: su entrambi i cuscini del letto vi sono degli oggetti.

Il tradizionale cioccolatino di benvenuto sul cuscino che dà sul lato finestrato della camera; due piccoli pupazzetti di peluche sul cuscino all'altro lato.

Con stupore e meraviglia Francesca si avvicina al cuscino con i due peluche: li prende in mano, li stringe a sé esclamando: "Wow! È la prima volta che mi capita un'esperienza del genere. Complimenti all'hotel! Straordinari! "

Non c'erano dubbi: complice la difficoltà di estrarre le foto dei piccoli, il Concierge aveva avuto il tempo di poter far predisporre questa accoglienza veramente "speciale".

## WOW



Perché ho voluto cominciare il contributo editoriale di questa settimana con il racconto dell'esperienza di Francesca e Mario?

Perché mai come in questo momento il Consulente finanziario deve cominciare ad interrogarsi su quale sia la reale percezione che i propri clienti hanno del servizio che egli offre.

L'esempio del Concierge che si interessa della composizione del nucleo familiare dei due ospiti, trasformando questa informazione in una piccola ma straordinaria esperienza per questi ultimi, dimostra come, il più delle volte, sono i dettagli ed i particolari a fare la differenza.

La domanda che ci dovremmo fare, piuttosto, è sapere se aver fatto trovare i due pupazzetti sul cuscino sia stato un atto estemporaneo e circoscritto o se, all'interno delle prassi adottate dall'hotel per poter offrire agli ospiti una esperienza da WOW, tutto fosse codificato nei minimi dettagli.

È infatti il WOW, ciò che dovremmo cercare costantemente di perseguire nel momento in cui offriamo un servizio od un prodotto ad un cliente.

Ed è quel WOW che ci fornisce l'immediato riscontro che siamo sulla strada giusta; che il servizio che stiamo fornendo è percepito come un servizio di qualità.

Un errore frequente commesso da chi propone servizi è proprio quello di dare per scontato che il servizio o le caratteristiche connesse ad esso vengano apprezzate all'istante dal cliente.

In realtà, il processo per poter fornire un servizio di eccellenza, passa innanzitutto dal mettersi in ascolto del cliente, dall'osservarlo, dall'immedesimarci in lui/lei, dal vivere la sua quotidianità, dall'avere la sua vista, il suo olfatto, il suo udito, il suo tatto.

Una volta analizzato tutto ciò, sarà fondamentale costruire un processo che consenta di replicare costantemente l'esperienza vissuta dal cliente.

Questo per permettere a tutti i clienti del Consulente di poter godere di tale esperienza, a prescindere dal momento, dall'umore e dalle circostanze che il Consulente sta vivendo, dalla situazione in cui è coinvolto.

Mi piace pensare che i pupazzetti, a prescindere dal Concierge presente in quel momento ad accogliere Francesca e Mario, ci sarebbero stati comunque...!

A proposito: il Mario del racconto sono io e l'esperienza raccontata è realmente accaduta. ;-)



**Enrico Florentino**, è CEO e partner di Strategike Srl ([www.strategike.com](http://www.strategike.com)), società che si occupa di Consulenza e strategia d'Impresa. Dopo aver conseguito un MBA International presso la CUOA Business School, ha deciso, nel 2015 di diventare imprenditore mettendo a frutto un'esperienza di oltre 25 anni maturata nel settore bancario e della consulenza inanziaria come Consulente finanziario e Manager. Si occupa di Innovazione dei Modelli di Business, di Marketing e Vendite.

È autore del libro: "L'Imprendi(promo)tore – manuale di imprenditorialità del Consulente Finanziario" E' inoltre autore del Blog: [www.enricoflorentino.it](http://www.enricoflorentino.it)

[www.gam.com](http://www.gam.com) seguiteci anche su:



---

### Disposizioni importanti di carattere legale

I dati esposti in questo documento hanno unicamente scopo informativo e non costituiscono una consulenza in materia di investimenti. Le opinioni e valutazioni contenute in questo documento possono cambiare e riflettono il punto di vista di GAM nell'attuale situazione congiunturale. Non si assume alcuna responsabilità in quanto all'esattezza e alla completezza dei dati. La performance passata non è un indicatore dell'andamento attuale o futuro.